



Національний університет
водного господарства
та природокористування

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства
та природокористування
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи



05-08-55

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до практичних робіт
із навчальної дисципліни

«Ринок туристичних послуг»

для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня
за спеціальністю 242 «Туризм» денної та заочної форм навчання

Рекомендовано
науково-методичною комісією
зі спеціальності 242 «Туризм»
Протокол № 1 від 05.09.2018 р.

Рівне – 2018

Методичні вказівки до практичних робіт із навчальної дисципліни «Ринок туристичних послуг» для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня за спеціальністю 242 «Туризм» денної та заочної форм навчання / Кушнір Н.Б., Коротун С.І., Конарівська О.Б. – Рівне : НУВГП, 2018. – 35 с.

Укладачі: Кушнір Н.Б., канд. екон. наук, професор кафедри економіки підприємства; Коротун С.І., канд. геогр. наук, доцент, кафедри туризму та готельно-ресторанної справи; Конарівська О.Б., к.е.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи.

Відповідальний за випуск – Коротун С.І., канд. геогр. наук, доцент, завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи.

Зміст

Вступ.....	3
Практична робота 1.Умови та чинники формування попиту.....	4
Практична робота 2.Сегментація та територіальна організація ринку туристичного попиту.....	8
Практична робота 3.Тур як основний ринковий продукт.....	12
Практична робота 4.Структура та організація індустрії туризму...	15
Практична робота 5.Кон'юнктура ринку туристичних послуг.....	21
Практична робота 6.Регіональні особливості споживання туристичних послуг.....	23
Практична робота 7.Закономірності функціонування ринку туристичних послуг.....	27



ВСТУП

Практичні аудиторні роботи студентів є важливою складовою частиною навчального процесу, що сприяє активізації засвоєння знань, умінь та навичок студентами та їх практичній реалізації, допомагає формуванню у студентів уміння навчатися, та водночас є високоефективним засобом опанування навчального матеріалу під час аудиторних занять.

Мета практичних робіт студентів – сприяння засвоєнню навчальної програми дисципліни «Ринок туристичних послуг» в повному обсязі, формування самостійності як особистісної риси та важливої професійної якості, сутність якої полягає в умінні планувати, організовувати, систематизувати та контролювати власну перспективну та повсякденну діяльність.

Найважливішим завданням даної навчальної дисципліни є сприяння персоналу підприємств туристичної галузі в організації діяльності та оперативній й адаптації до змін, котрі постійно відбуваються у зовнішньому середовищі організації.

Метою виконання практичних робіт є формування у студентів системи теоретичних знань та практичних навичок щодо механізмів та умов функціонування ринку туристичних послуг, аналізу його кон'юнктури, типологізації ринку.

В процесі виконання практичних робіт студент повинен навчитись організовувати обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки; розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем; застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг та налагодження реалізації туристичного продукту на сучасному ринку.



Практична робота 1.

Умови та чинники формування попиту

Задача 1

У таблиці представлені показники, які безпосередньо впливають на формування національного ринку туристичних послуг. Зробіть розподіл між поданими показниками, поділивши їх на дві групи: внутрішні та зовнішні. Результати подайте у табличній формі. Зробіть відповідні висновки.

Таблиця 1

Показники безпосереднього впливу на формування національного ринку туристичних послуг

№ з/п	Назва показників
1.	демографічна ситуація і структура населення
2.	історичні чинники формування економіки
3.	політична стабільність держави
4.	рівень розвитку галузей виробництва
5.	участь держави в міжнародних організаціях
6.	рівень розвитку транспорту та транспортної мережі
7.	характер міжнародних відносин
8.	характер міграційних процесів
9.	науково-технічний прогрес
10.	ступінь інтегрованості у світову господарську систему
11.	умови життя (екологічні, житлово-побутові, соціально-культурні)
12.	економічна стабільність держави
13.	рівень життя (рівень прибутків, заощаджень тощо)
14.	суспільний устрій
15.	особливості зайнятості
16.	правове забезпечення соціальних та економічних свобод
17.	розвиток громадсько-політичного життя
18.	рівень розвитку інформаційної сфери та ЗМІ



Таблиця 2

Поділ показників безпосереднього впливу на формування національного ринку туристичних послуг на зовнішні і внутрішні

№ з/п	Назва показників	Внутрішні (вн.) або зовнішні (зн.)
1.	демографічна ситуація і структура населення	вн.
2.	історичні чинники формування економіки	вн.
3.	політична стабільність держави	зн.
4.	рівень розвитку галузей виробництва	вн.
5.	участь держави в міжнародних організаціях	зн.
6.	рівень розвитку транспорту та транспортної мережі	вн.
7.	характер міжнародних відносин	зн.
8.	характер міграційних процесів	вн.
9.	науково-технічний прогрес	вн.
10.	ступінь інтегрованості у світову господарську систему	зн.
11.	умови життя (екологічні, житлово-побутові, соціально-культурні)	вн.
12.	економічна стабільність держави	зн.
13.	рівень життя (рівень прибутків, заощаджень тощо)	вн.
14.	суспільний устрій	вн.
15.	особливості зайнятості	вн.
16.	правове забезпечення соціальних та економічних свобод	вн.
17.	розвиток громадсько-політичного життя	вн.
18.	рівень розвитку інформаційної сфери та ЗМІ	вн.

Задача 2

Використовуючи таблицю 1, виділіть лише внутрішні чинники та згрупуйте їх у три групи:

- які відносяться до рівня соціально-економічного розвитку;
- які відносяться до якості життя населення;
- які відносяться до соціально-політичної ситуації.

Результати подайте у табличній формі. Зробіть відповідні висновки.



**Класифікація внутрішніх чинників, які впливають впливу на
формування національного ринку туристичних послуг**

№ з/п	Класифікаційні ознаки		
	рівень соціально- економічного розвитку	якість життя населення	соціально- політична ситуація
1.	науково-технічний прогрес	умови життя:	суспільний устрій
2.	історичні чинники формування економіки	- екологічні;	правове забезпечення соціальних та економічних свобод
3.	рівень розвитку галузей виробництва	- житлово- побутові;	розвиток громадсько- політичного життя
4.	рівень розвитку транспорту та транспортної мережі	- соціально- культурні;	рівень розвитку інформаційної сфери та ЗМІ
5.	демографічна ситуація і структура населення	рівень життя:	
6.	характер міграційних процесів	- рівень прибутків	
7.	особливості зайнятості	- рівень заощаджень	

Задача 3

Ринок туристичних послуг функціонує, задовольняючи платоспроможний попит населення, що формується під впливом об'єктивних умов та суб'єктивних чинників. За допомогою таблиці 4 зробіть розподіл між поданими показниками, поділивши їх на дві групи: об'єктивні умови формування туристичного попиту і суб'єктивні чинники формування туристичного попиту.

Результати подайте у табличній формі. Зробіть відповідні висновки.



Об'єктивні умови і суб'єктивні чинники формування туристичного попиту

№ з/п	Назва показників
1.	психологічні
2.	рівень та умови життя
3.	сімейний стан, кількість дітей
4.	урбаністичні
5.	соціальна категорія
6.	економічні
7.	місце проживання
8.	вік і стать
9.	етно-релігійна приналежність
10.	соціокультурні
11.	екологічні
12.	мода
13.	наявність вільного часу
14.	кон'юнктура ринку
15.	професія та посада
16.	політичні

Розв'язок

№ з/п	Умови та чинники	
	Об'єктивні умови	Суб'єктивні чинники
1.	економічні	етно-релігійна приналежність
2.	соціокультурні	вік і стать
3.	психологічні	сімейний стан, кількість дітей
4.	урбаністичні	соціальна категорія
5.	політичні	місце проживання
6.	екологічні умови	рівень та умови життя
7.		професія та посада
8.		наявність вільного часу
9.		мода
10.		кон'юнктура ринку



Практична робота 2. Сегментація та територіальна організація ринку туристичного попиту

Задача 4

Керівництво ОП санаторію «Червона Калина», подібно до багатьох інших учасників ринку туристичних та рекреаційно-курортних послуг в умовах економічної кризи, зазнало проблеми скорочення обсягів реалізації послуг. Для подолання негативних тенденцій потрібне удосконалення маркетингової політики, що вимагає сегментування ринку, ретельного визначення цільових сегментів та за необхідністю – перепозиціонування продукту підприємства на ринку.

Провести сегментування ринку рекреаційно-курортних послуг методом «багатокритеріальної матриці сегментування», за такими критеріями: географічним, соціально-економічним, демографічним, психографічним, поведінковим. Результати представити у таблиці 6.

Таблиця 6

Сегментування ринку рекреаційно-курортних послуг та цільові сегменти, рекомендовані для ОП санаторій «Червона Калина»

Критерій сегментування	Ознака сегментування	Характеристики сегментів			
		м. Рівне	Рівненська обл.	Граничні області (Волинська, Львівська, Тернопільська)	Інші області України
Географічний	Регіон				
	Тип населеного пункту	обласний центр та міста-супутники	Міста з населенням понад 200 тис. осіб.	Середні та невеликі міста 50-200 тис. осіб.	Населенні пункти до 50 тис. осіб
Соціально-економічний					
Демографічний					
Психографічний					
Поведінковий					



Таблиця 7

Сегментування ринку рекреаційно-курортних послуг та цільові сегменти, рекомендовані для ОП санаторій «Червона Калина»

Критерій сегментування	Ознака сегментування	Характеристики сегментів			
Географічний	Регіон	м. Рівне	Рівненська обл.	Граничні області (Волинська, Львівська, Тернопільська)	Інші області України
	Тип населеного пункту	обласний центр та міста-супутники	Міста з населенням понад 200 тис. осіб.	Середні та невеликі міста 50-200 тис. осіб.	Населенні пункти до 50 тис. осіб
Соціально-економічний	Рівень доходу, грн. на 1 члена сім'ї	- низький (до 3500 грн)	Нижчий середній (3500 - 5000 грн)	вищий середній (5000-10000 грн)	високий (вище за 10000 грн)
Демографічний	Склад сім'ї	Одинаки	Подружжя без дітей	Подружжя з дітьми	Багаточисельна сім'я різноманітного складу
	Вік	17-25 років	25 - 34 роки	35- 50 років	50-65 років
	Стать	Чоловіки		Жінки	
Психографічний	Спосіб, стиль життя	Гедоністичний, креативний	Традиційний	Здоровий	Спортивний
	Життєві цінності	Сім'я, діти, здоров'я	Помірність у споживанні	Активні соціальні контакти	Престиж, матеріальний добробут
Поведінковий	Шукані вигоди	Сімейний відпочинок за помірною ціною	Оздоровлення	Активний відпочинок з розвагами	Комфорт, вишукана кухня
	Переваги щодо місця відпочинку	Зелена зона	Лісиста місцевість	Курорти Карпат, Закарпаття	Курорти Центральної України
	Термін відпочинку	2-3 дні	5-7 днів	2 тижні	3 тижні й більше

З метою визначення цільових сегментів було проведено маркетингове дослідження клієнтів ОП санаторію «Червона Калина» методом «багатокритеріальної матриці сегментування», за такими критеріями: географічним, соціально-економічним, демографічним,

психографічним, поведінковим. Структуру і зміст проекту дослідження наведено нижче.

1. Інформаційні потреби. Необхідно виявити переваги споживачів – клієнтів санаторію «Червона Калина» стосовно туристичного (рекреаційно-курортного) продукту, побудувати профіль споживача на основі аналізу споживчих переваг, визначити цільові сегменти, в яких діяльність підприємства буде більш ефективна.

2. Програма дослідження (проблема, гіпотеза, мета і завдання дослідження). В умовах економічної та політичної кризи відбулось скорочення обсягів реалізації послуг санаторію «Червона Калина». В контексті удосконалення маркетингової політики, необхідно визначити цільові сегменти та за необхідністю здійснити перепозиціонування продукту підприємства на ринку. Беручи до уваги значне скорочення кількості пансіонатів і домів відпочинку, а також прихильність мешканців України до санітарно-курортного лікування і відпочинку, висунуто гіпотезу про доцільність перепрофілювання санаторію «Червона Калина» в сімейний пансіонат для відпочинку з дітьми.

Мета дослідження – визначення цільових сегментів санаторію «Червона Калина».

Завдання дослідження:

- визначити характеристики клієнтів за географічним, соціально-економічним, демографічним, психографічним та поведінковим критеріями;
- визначити споживачські уподобання клієнтів;
- побудувати профіль споживача.

Висновки

На підставі результатів маркетингового дослідження побудовано профіль споживача, який є мешканцем обласного центру, міст-супутників або міст (населених пунктів) з чисельністю населення більше ніж 50 тис. осіб. Рівень доходу від 3500 до 10000 грн. на одного члена сім'ї, вік 25-50 років. В складі сім'ї є діти різного віку. Дотримується традиційного, здорового та/або спортивного способу життя. Життєві цінності: сім'я, діти, здоров'я, помірність у споживанні.

До уподобань цільового споживача належать такі. Шукані вигоди: сімейний відпочинок за помірною ціною, оздоровлення. Переваги щодо місця відпочинку: лісова зона. Термін відпочинку: від 5 днів до 2 тижнів.



Задача 6

На основі даних задачі 5 і висновків до неї, з метою визначення цільових споживачів, проведіть SWOT аналіз за стандартною формою (табл. 8).

Таблиця 8

SWOT аналіз

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
1. 2. 3. n.	1. 2. 3. n.
Можливості (O)	Загрози (T)
1. 2. 3. n.	1. 2. 3. n.

Розв'язок

Таблиця 9

SWOT аналіз ОП санаторію «Червона Калина»

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
1. Вдале розташування в лісовій мальовничій зоні – сосновий бір на березі озера з двома джерелами мінеральних лікувальних вод 2. Добра матеріальна база 3. Кваліфікований досвідчений персонал 4. Багаторічний досвід роботи на ринку рекреаційно-курортних послуг 5. Багаторічний досвід роботи з дітьми 6. Організаційний та управлінський досвід 7. Наявність служби маркетингу 8. Клієнтська база 9. Лояльні споживачі, постійні клієнти	1. Не повна відповідність корпусів і території вимогам сімейного пансіонату, необхідність будівельних робіт 2. Відсутність вільних коштів для інвестування 3. Ускладнення фінансового стану у зв'язку з наслідками економічної кризи 4. Застаріла інфраструктура та комунікації 5. Недостатній досвід маркетингового просування послуг у визначених цільових сегментах

Можливості (О)	Загрози (Т)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Популярність у населення відпочинку у лісовій зоні 2. Скорочення кількості пансіонатів та будинків відпочинку в країні 3. Популярність сімейного відпочинку, зацікавленість постійних клієнтів та споживачів 4. Орієнтація багатьох споживачів на внутрішній туризм 5. Довгострокова тенденція до зростання ролі внутрішнього туризму 6. Зростання ролі сімейних цінностей, здорового способу життя та відпочинку 7. Підвищення вартості відпочинку за кордоном у зв'язку з девальвацією гривні 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Політична і економічна криза 2. Скорочення реальних доходів населення 3. Високий рівень інфляції 4. Несприятливі умови ведення бізнесу 5. Несприятливий інвестиційний клімат 6. Складна демографічна ситуація 7. Низька престижність відпочинку на вітчизняних курортах 8. Висока вартість будівельних робіт 9. Демократичні ціни на курортах Туреччини, Єгипту, Грузії тощо. 10. Ефективні рекламні кампанії конкурентів

Висновки

За умови ефективного використання сильних сторін підприємства і можливостей зовнішнього середовища, підприємство може посилити наявні, а також створити нові конкурентні переваги шляхом перепрофілювання санаторію в сімейний пансіонат для лікування і відпочинку з дітьми. Можливість перепрофілювання підтверджується наявною матеріальною базою та досвідом організації колективного відпочинку, який мають співробітники ОП санаторію «Червона Калина».

Практична робота 3.

Тур як основний ринковий продукт

Задача 7

Суб'єкти ринку виробника можуть бути класифіковані з огляду на комплексність створення ними турпродукту та інтегрованість у туризм. Завдання: на основі запропонованої таблиці 10 (зразок) впишіть продуцентів основних видів послуг та виробників комплексного продукту та визначте ступінь їх інтегрованості.



Таблиця 10

Суб'єкти ринкової діяльності на ринку виробника турпродукту

Ступінь інтегрованості	Продукти основних видів послуг:			Виробники комплексного продукту
	Розміщення та харчування	Транспортування	Дозвілля	
Безпосередньо задіяні в туризмі				
Опосередковано задіяні в туризмі				

Розв'язок

Таблиця 11

Суб'єкти ринкової діяльності на ринку виробника турпродукту

Ступінь інтегрованості	Продукти основних видів послуг:			Виробники комплексного продукту
	Розміщення та харчування	Транспортування	Дозвілля	
Безпосередньо задіяні в туризмі	Готельні та ресторани мережі; Окремі готелі та підприємства харчування; Котеджі та апартаменти; Інші засоби розміщення	Транспортні підприємства з усіх видів пасажирських перевезень, що здійснюють регулярні та чартерні рейси	Підприємства з організації екскурсій; видовищ; спортивних міроприємств; шоу; заклади культури; парки; спеціалізовані видання	Туроператори; турагенти
Опосередковано задіяні в туризмі	Місцеві підприємства соціальної інфраструктури; агентства з продажу нерухомості; виробники продуктів харчування; виробники обладнання для готелів і ресторанів; земельні власники; будівельні компанії	Підприємства транспортної інфраструктури (вокзали, аеропорти); виробники транспортних засобів; виробники пального та мастила	Виробники спортивного обладнання та спорттоварів; виробники аудіо-, відеотехніки та продукції; засоби масової інформації	Фірми-консультанти з дизайну, реклами, маркетингу



Задача 8

Приклад розрахунку вартості туру:

Першим етапом формування ціни турпродукту є визначення вартості обслуговування туристів. На цьому етапі відбувається узгодження маршруту, пакета послуг.

Наприклад, тур для іноземних громадян Київ-Львів (без перельоту) Київ, 4 дні, 3 ночі.

Львів, 6 днів, 5 ночей.

Кількість туристів з перекладачем - 18 чоловік.

Харчування - повний пансіон (сніданок, обід, вечеря).

Проживання в двоохмісних номерах «люкс» готелю.

Транспорт - комфортабельний автобус.

Вартість проживання в готелі Києва - 50 дол. за добу.

Вартість проживання в готелі Львову - 45 дол. за добу.

Вартість харчування у Києві - 65 дол. за добу.

Вартість харчування у Львові - 72 дол. за добу.

Транспорт - вартість оренди 1 година - 15 дол. (6 годин на день).

Вартість переїзду Київ - Львів - 55 дол. за люд.

Екскурсійна програма у Києві - 45 дол.

Екскурсійна програма у Львові - 70 дол.

Послуги турфірми - 5 % від розміру всіх видатків.

Прибуток турфірми - 10 % від розміру всіх видатків.

Кошторис видатків турфірми:

Київ: проживання в готелі 50 дол. * 3 ночі * 18 чол. = 2700 дол.

Харчування 65 дол. * 4 дні * 18 чол. = 4680 дол.

Екскурсії 45 дол. * 18 чол. = 810 дол.

Львів: проживання в готелі 45 дол. * 5 ноч. * 18 чол. = 4050 дол.

Харчування 72 дол. * 6 днів * 18 чол. = 7776 дол.

Екскурсії 70 дол. * 18 чол. = 1260 дол.

Переїзд Київ - Львів 55 дол. * 18 чол. = 990 дол.

Оренда автобуса 10 днів - 2 дні екскурсії = 8 днів

8 днів * 6 годин * 15 дол. = 720 дол.

Усього витрати:

$2700 + 4680 + 810 + 4050 + 7776 + 1260 + 990 + 720 = 22986$ дол.

Послуги турфірми $22986 * 5 \% = 1149,3$ дол.

Прибуток турфірми $22986 * 10 \% = 2298,6$ дол.

Загальна вартість тура $22986 + 1149,3 + 2298,6 = 26433,9$ дол.

Загальна вартість із ПДВ $26433,9 * 1,2 = 31720,68$ дол.

Вартість путівки на 1 людину $31720,68 / 18 = 1762,26$ дол



Особливості нарахування ПДВ

Наприклад, турфірма придбала путівки в дитячий оздоровчий табір за ціною без ПДВ. Вартість однієї путівки 300 грн. Путівки реалізовані на Україні за ціною 400 грн. ПДВ нараховується в такий спосіб:

Якщо підприємство формує власний туристський продукт і послуги дитячого оздоровчого табору є тільки його частиною, то до витрат відноситься вартість путівки разом з іншими витратами. У такому випадку (п 4.1. Закону про ПДВ) базою оподатковування є вартість реалізації послуг туроператора, тобто 400 грн. обкладаються ПДВ.

Підприємство здійснює перепродаж путівок, придбаних у дитячого оздоровчого табору за договором купівлі-продажу (тобто, підприємству переходить право власності на путівки). Операція з перепродажу путівок звільняється від оподатковування ПДВ.

Підприємство реалізує путівки за договором, яким не передбачена передача права власності та базою оподатковування є комісійна, агентське винагорода, тобто 100 грн.

Практична робота 4.

Структура та організація індустрії туризму

В Україні туризм за останні п'ять років розвивався інтенсивними темпами. Однак загальний обсяг туристичного потоку та окремі його складові за типами туризму (в'їзний, виїзний, внутрішній) змінювався неоднаковими темпами, що вплинуло на показники туристичного балансу. У Законі України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм», останній визнано одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки України. Це вимагає постійного моніторингу за змінами економічних показників на ринку надання туристичних послуг та їх аналітичної оцінки.

Задача 9

За даними таблиці 11:

1. Розрахувати темпи росту та приросту (ланцюгові та базисні) загального обсягу обслужених туристів у цілому по Україні, в тому числі за типами туризму.
2. Визначити та проаналізувати зміни питомої ваги окремих типів туризму в загальному обсязі туристських потоків.



3. Розрахувати сальдо туристського балансу та простежити його зміни в динаміці.

4. Побудувати графік динаміки різних типів туристських потоків в Україні за останні п'ять років.

5. Побудувати стовпчикову діаграму сальдо туристського балансу України за останні п'ять років.

6. Побудувати колові діаграми структури різних типів туристських потоків в Україні за перший і п'ятий роки динамічного ряду.

7. Скласти пояснювальну аналітичну записку, в якій: прокоментувати результати розрахунків; сформулювати фактори, що впливають на розподіл туристичних потоків за типами туризму; дати пропозиції щодо активізації розвитку в'їзного та внутрішнього туризму в Україні, використовуючи світовий досвід та рекомендації Всесвітньої туристичної організації.

Таблиця 12

Основні показники розвитку туристської галузі України за п'ять років

Показники	Роки				
	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й
1. Кількість іноземних туристів, млн. чол.	6,2	4,2	4,4	5,8	6,3
2. Кількість внутрішніх туристів, млн. чол.	5,7	6,4	6,6	6,9	7,2
3. Кількість виїжджаючих туристів, млн. чол.	8,6	7,4	8,7	9,4	9,3
4. Загальний обсяг туристських потоків, млн. чол.	20,5	18,0	19,7	22,1	22,8

Розв'язання.

1. Визначимо темпи росту та приросту загального обсягу обслужених туристів у цілому по Україні (табл. 12).

Коефіцієнт росту розраховується наступним чином:

$$\text{Базовий } k_i = \frac{y_i}{y_0}; \text{ ланцюговий } k_i = \frac{y_i}{y_{i-1}}.$$

Якщо коефіцієнти росту виражають у відсотках, то їх називають темпами росту:

$$T_p = K \cdot 100\%$$

Темп приросту може бути розрахований двома способами:

$$\text{Базовий } T_n = \frac{y_i - y_0}{y_0} \cdot 100; \text{ ланцюговий } T_n = \frac{y_i - y_{i-1}}{y_{i-1}} \cdot 100\%;$$

$$\text{або } T_n = T_p - 100\%$$



Таблиця 13

Темпи росту та приросту загального обсягу обслужених туристів у
цілому по Україні

Показники	Роки	Темпи росту		Темпи приросту	
		ланцюгові	базові	ланцюгові	базові
1. Кількість іноземних туристів, млн. чол.	1-й	-	-	-	-
	2-й	0,68	0,68	-0,32	-0,32
	3-й	1,05	0,71	0,05	-0,29
	4-й	1,32	0,94	0,32	-0,06
	5-й	1,09	1,02	0,09	0,02
2. Кількість внутрішніх туристів, млн. чол.	1-й	-	-	-	-
	2-й	1,12	1,12	0,12	0,12
	3-й	1,03	1,16	0,03	0,16
	4-й	1,05	1,21	0,05	0,21
	5-й	1,04	1,26	0,04	0,26
3. Кількість виїжджаючих туристів, млн. чол.	1-й	-	-	-	-
	2-й	0,86	0,86	-0,14	-0,14
	3-й	1,18	1,01	0,18	0,01
	4-й	1,08	1,09	0,08	0,09
	5-й	0,99	1,08	-0,01	0,08
4. Загальний обсяг туристських потоків, млн. чол.	1-й	-	-	-	-
	2-й	0,88	0,88	-0,12	-0,12
	3-й	1,09	0,96	0,09	-0,04
	4-й	1,12	1,08	0,12	0,08
	5-й	1,03	1,11	0,03	0,11

2. Визначення питомої ваги окремих типів туризму та змін у загальному обсязі туристичних потоків в Україні за п'ять років (табл. 14).

Таблиця 14

Структура туристичних потоків та її зміни в Україні за п'ять років, %

Роки	Питома вага окремих типів туризму в загальному обсязі туристичних потоків			Зміни в структурі туристичних потоків порівняно з попереднім роком		
	В'їзний	Виїзний	Внутрішній	В'їзний	Виїзний	Внутрішній
1-й	30,24	41,95	27,80	-	-	-
2-й	23,33	41,11	35,56	-6,91	-0,84	7,75
3-й	22,34	44,16	33,50	-1,00	3,05	-2,05
4-й	26,24	42,53	31,22	3,91	-1,63	-2,28
5-й	27,63	40,79	31,58	1,39	-1,74	0,36

3. Розрахунок сальдо туристського балансу України за п'ять років та визначення його змін у динаміці (табл. 15).

Таблиця 15

Розрахунок сальдо туристського балансу та його змін в Україні за п'ять років, млн. осіб

Роки	Кількість обслужених туристів		Сальдо туристського балансу, ±	Відхилення сальдо туристського балансу ланцюгове, ±
	В'їзний туризм	Вийзний туризм		
1-й	6,2	8,6	-2,4	-
2-й	4,2	7,4	-3,2	-0,8
3-й	4,4	8,7	-4,3	-1,1
4-й	5,8	9,4	-3,6	0,7
5-й	6,3	9,3	-3,0	0,6

4. Побудуємо графік динаміки різних типів туристичних потоків в Україні за п'ять років (рис. 1).

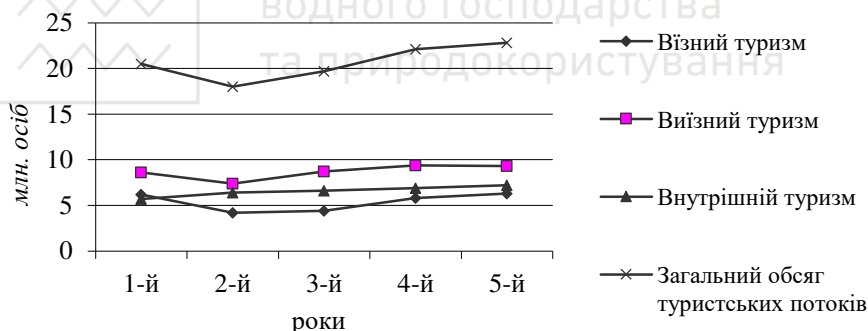


Рис. 1. Динаміка різних типів туристичних потоків в Україні за п'ять років

5) Побудуємо стовпчикову діаграму сальдо туристичного балансу України за п'ять років (рис. 2).



Рис. 2. Сальдо туристського балансу України за п'ять років

6) Побудуємо діаграми структури різних типів туристичних потоків в Україні за перший і п'ятий роки динамічного ряду (рис. 3).



Рис. 3. Структура туристичних потоків за типами туризму в Україні за перший і п'ятий роки динамічного ряду

Висновки

Результати аналізу загального обсягу туристичних потоків свідчать про стійкий розвиток туризму в Україні - темпи росту базисні за п'ять років становили 111,22%, тобто приріст склав 11,22%, або 2,3 млн. осіб. За цей період найбільше зростання загальної кількості обслужених туристів спостерігалось за четвертий рік - ланцюгові темпи росту досягають 112,18%, однак за п'ятий рік динамічного ряду вони знизилися до 103,17%.

Головною тенденцією розвитку туризму за досліджуваний період в Україні є помітне зростання обсягів обслужених внутрішніх і виїзних



туристів (темпи росту базисні за перший і п'ятий роки становили відповідно 126,32% та 108,14%) при незначній активізації іноземного туризму (базисні темпи росту за п'ять років – 101,61%).

Структура потоків за типами туризму змінювалася протягом п'яти років нерівномірно. Якщо в першому році динамічного ряду частка внутрішніх туристичних потоків була найменшою (27,8%), то в п'ятому - вона зросла до 31,58%, а питома вага виїзного та в'їзного потоків скоротилася, хоча перевага залишилася на боці виїзного туризму (41,95% у першому році та 40,49% у п'ятому році). Впродовж третього-четвертого років періоду, що досліджується, спостерігалось найбільше зростання часток внутрішнього та в'їзного туризму - відповідно на 3,91 і 1,39%. Зрештою вони досягли, відповідно, 26,24 і 27,63%. Таку тенденцію можна охарактеризувати як позитивну. Зміни в структурі туристичних потоків на користь внутрішнього та в'їзного туризму останніми роками зумовлено візовою політикою як України, так й інших держав.

Структура потоків міжнародного туризму в Україні характеризувалася від'ємним сальдо туристичного балансу, розмір якого збільшився за п'ять років з 2,4 млн. осіб до 3 млн. осіб. Головною причиною залишається низький рівень сервісу та відсутність необхідної туристичної інфраструктури для іноземних туристів.

На розподіл туристичних потоків за типами туризму вплинули наступні фактори:

1. Природно-географічні та культурно-історичні:

- наявність унікальних туристсько-рекреаційних ресурсів у країні призначення (сприятливий клімат для відпочинку та занять спортом, історико-культурна спадщина, морські пляжі);

- доступність і місткість туристсько-рекреаційних ресурсів.

2. Соціально-економічні:

- нижчі ціни на туристські послуги у країні призначення;

- вища якість туристичних продуктів;

- достатній рівень туристичного обслуговування;

- рівень розвитку туристичної інфраструктури;

- витратомісткість надання послуг;

- курс обміну валют у приймаючій та відправляючій країні.

3. Політико-правові:

- політична стабільність у регіоні;

- забезпечення достатньої безпеки туристів.



Основними напрямками активізації розвитку візного та внутрішнього туризму в Україні повинні стати:

- підвищення якості та конкурентоспроможності вітчизняного туристського продукту на світовому ринку послуг, здатного максимально задовольнити існуючі потреби споживачів;
- запровадження гнучкої візової політики;
- комплексний розвиток туристичної інфраструктури;
- підвищення ефективності реклами вітчизняного туристського продукту за кордоном.

Усі перелічені фактори впливають на виробничу потужність комплексно.

Практична робота 5.

Кон'юнктура ринку туристичних послуг

Задача 10

За даними таблиці 16:

1. Визначити коефіцієнт еластичності реалізованого попиту на готельні послуги за ціною.
2. Дати економічну оцінку реалізованого попиту на готельні послуги щодо ступеня його еластичності за ціною.
3. Розрахувати платоспроможний попит на основні послуги готельних підприємств України в плановому році в натуральних і вартісних одиницях виміру.

Таблиця 16

Обсяг реалізованого попиту на готельні послуги в Україні за 2 роки

Показники	Роки	
	1-й	2-й
Доходи від основного виду діяльності (плата за проживання), тис. грн.	283719,20	383918,60
Загальний час перебування приїжджих, тис. людинодіб	8166,73	8933,85



1) Визначити середню ціну одиниці готельної послуги (людино-добу) за табл. 17:

Таблиця 17

Розрахунок середньої ціни готельної послуги в динаміці за 2 роки

Показники	Минулий рік	Звітний рік	Відхилення	
			Абсолютне	Відносне, %
Доходи підприємств від основного виду діяльності, тис. грн.	283719,2	383918,6	+100199,4	35,3
Обсяг наданих готельних послуг, тис. людино-діб	8166,73	8933,85	+767119	9,4
Середня ціна готельної послуги, грн.	34,74	42,97	+8,23	23,7

2) Розрахунок коефіцієнта еластичності реалізованого попиту за ціною на готельні послуги:

$$K_{вл(ц)} = \frac{O_z - O_m}{O_m} / \frac{Ц_z - Ц_m}{Ц_m},$$

де O_z, O_m - обсяг наданих готельних послуг за звітний та минулий роки відповідно, тис. людино-діб;

$Ц_z, Ц_m$ - середня ціна готельної послуги за звітний та минулий роки відповідно, грн.

$$K_{ел(ц)} = \frac{8933,85 - 8166,73}{8166,73} / \frac{42,97 - 34,74}{34,74} = 0,4.$$

3) Визначення темпу зміни прогнозного попиту на готельні послуги в разі підвищення ціни на 5%: $T_{зм} 5\% \cdot 0,4 = 2\%$.

4) Розрахунок обсягу попиту споживачів на готельні послуги в плановому році в натуральних одиницях виміру:

$$8933,85 \cdot 1,02 = 9112525 \text{ людино-діб.}$$

5) Обчислення прогнозової ціни на готельні послуги (за людино-добу):

$$42,97 \cdot 1,05 = 45,11 \text{ грн.}$$

6) Визначення потенційного попиту споживачів на послуги підприємств готельного господарства країни у вартісному виразі: $9112525 \cdot 45,11 = 411066 \text{ тис. грн.}$

Висновки

Розрахунки показали, що коефіцієнт еластичності попиту на готельні послуги за ціною становить 0,4 од. Отже, попит споживачів



на готельні послуги залежно від ціни є низько еластичним. Реакція відвідувачів підприємств готельного господарства в Україні на зміни цін на основні послуги є незначною, а саме: у разі збільшення ціни на 1% попит змінюється на 0,4%; у разі підвищення ціни у плановому періоді на 5% попит на готельні послуги, на відміну від класичної залежності попиту, підвищиться за ціною на 2%. Така ситуація обумовлюється специфічними факторами розвитку готельного господарства в країні за період, який аналізується: нереалізована пропозиція підприємств готельного господарства, про що свідчить низький рівень завантаження номерного фонду; збільшення ємності ринку і невисока інтенсивність конкуренції на ньому; активізація розвитку туризму, в тому числі іноземного; конкурентоспроможні ціни для іноземних громадян тощо.

В результаті обсяг реалізації готельних послуг у плановому періоді становитиме 9112525 людино-днів, а доходи готельного господарства в цілому по країні – 411066 тис. грн.

Практична робота 6.

Регіональні особливості споживання туристичних послуг

Задача 11

Проведіть аналіз економічних показників розвитку туристичної галузі України на основі даних аналітичної таблиці 1. Визначте темпи приросту економічних показників розвитку туристичної галузі України у 2015 році відносно 2005 року. Зробіть відповідні аналітичні висновки.

Таблиця 18

Динаміка економічних показників розвитку туристичної галузі
України

Рік	Обсяг капітальних інвестицій в туристичну галузь		Внутрішнє туристське споживання		Витрати внутрішніх туристів усередині країни		Витрати міжнародних туристів усередині країни	
	млрд. грн.	частка від загальних капітальних інвестицій, %	млрд. грн.	частка від загального споживання, %	млрд. грн.	частка у ВВП, %	млрд. грн.	частка експорту, %
2005	9,63	2,013	164,45	4,83	74,09	3,12	90,36	8,08
2006	12,42	2,157	168,49	4,64	80,38	3,15	88,11	8,09
2007	16,77	2,420	175,92	4,47	81,14	2,95	94,79	8,41

2008	20,23	2,976	176,13	4,25	78,95	2,80	97,18	8,06
2009	12,84	3,186	155,69	4,61	73,25	3,04	82,44	8,11
2010	9,65	2,358	155,89	4,29	76,21	3,05	79,68	7,05
2011	11,07	2,476	170,78	4,31	90,39	3,46	80,39	6,37
2012	11,74	2,432	171,58	4,32	88,71	3,37	82,87	6,84
2013	10,05	2,346	168,15	4,35	89,23	3,39	78,91	7,23
2014	7,37	2,225	116,49	3,21	77,19	3,14	39,30	3,38
2015	5,39	1,960	97,02	2,97	62,46	2,83	34,56	3,00

Розв'язок

1. Визначимо темпи приросту економічних показників розвитку туристичної галузі України у 2015 році відносно 2005 року.

Таблиця 19

Динаміка економічних показників розвитку туристичної галузі України

Рік	Обсяг капітальних інвестицій в туристичну галузь		Внутрішнє туристське споживання		Витрати внутрішніх туристів усередині країни		Витрати міжнародних туристів усередині країни	
	млрд. грн.	частка від загальних капітальних інвестицій, %	млрд. грн.	частка від загального споживання, %	млрд. грн.	частка у ВВП, %	млрд. грн.	частка експорту, %
2005	9,63	2,013	164,45	4,83	74,09	3,12	90,36	8,08
2015	5,39	1,960	97,02	2,97	62,46	2,83	34,56	3,00
Темп приросту до 2005р.	-44,03	х	-41,00	х	-15,70	х	-61,75	х

Висновки

Проведений аналіз дозволяє стверджувати про наявність від'ємної тенденції яка характеризується зниженням обсягів капітальних інвестицій в туризм на 44,03% (4,24 млрд. грн.), внутрішнього туристського споживання – на 41,0% (67,4 млрд. грн.), витрат внутрішніх туристів усередині країни – на 15,7% (11,6 млрд. грн.), витрат міжнародних туристів усередині країни – на 61,7% (55,8 млрд. грн.).

Задача 12

У таблиці подані показники, які безпосередньо впливають на розвиток сектора подорожей і туризму в Україні. Зробіть розподіл між поданими показниками, поділивши їх на дві групи:



1. Показники, що сприяють розвитку сектора подорожей і туризму України;

2. Показники, що стримують розвиток сектора подорожей і туризму України.

Результати подайте у табличній формі. Зробіть відповідні висновки.

Таблиця 20

Показники, які впливають на розвиток сектора подорожей і туризму в Україні

№ з/п	Показники
1.	Кількість діючих на ринку туристичних послуг країни авіаліній (з рейсами за розкладом)
2.	Витрати держбюджету на сектор подорожей і туризму,%
3.	Частка у світовому експорті «креативних галузей» (сувенірна продукція, мистецтво, книги і т.п.),%
4.	Витрати на відкриття бізнесу,% ВНД на душу населення
5.	Покриття медичними фахівцями, медиків на 1000 чол. нас.
6.	Витрати бізнесу від загрози тероризму, бали
7.	Кількість лікарняних ліжок, місць на 10 тис. населення
8.	Індекс готельних цін, дол. США
9.	Концентрація шкідливих проникаючих часток, мг/м3
10.	Ставлення місцевого населення до іноземних туристів
11.	Коефіцієнт паритету купівельної спроможності (по відношенню до ринкового курсу)
12.	Рівень зборів з авіаквитків і за послуги аеропортів
13.	Якість доріг
14.	Забезпечення авіасполучення по закордонним напрямкам
15.	Частка захищених водних зон (в межах морської виключної економічної зони),%
16.	Стійкість (стабільність) розвитку сектора подорожей і туризму
17.	Захист прав власності
18.	Жорсткість регулювання у сфері охорони навколишнього середовища
19.	Пріоритетність сектора подорожей і туризму в уряді
20.	Ефективність маркетингу для залучення туристів
21.	Щільність банкоматів, які приймають картки VISA, од. на 1 млн. нас.
22.	Індекс складності отримання візи
23.	Відкритість за двосторонніми авіа угодами
24.	Якість навколишнього середовища
25.	Надійність поліцейських служб
26.	Наявність основних компаній з оренди автомобілів



Таблиця 21

Показники, які впливають на розвиток сектора подорожей і туризму в Україні

№ з/п	Показники	
	що сприяють розвитку сектора	що стримують розвиток сектора
1.	Кількість діючих на ринку туристичних послуг країни авіаліній (з рейсами за розкладом)	Індекс готельних цін, дол. США
2.	Витрати держбюджету на сектор подорожей і туризму, %	Ставлення місцевого населення до іноземних туристів
3.	Частка у світовому експорті «креативних галузей» (сувенірна продукція, мистецтво, книги і т.п.), %	Рівень зборів з авіаквитків і за послуги аеропортів
4.	Витрати на відкриття бізнесу, % ВНД на душу населення	Якість доріг
5.	Покриття медичними фахівцями, медиків на 1000 чол. нас.	Забезпечення авіасполучення по закордонним напрямкам
6.	Витрати бізнесу від загрози тероризму	Стійкість (стабільність) розвитку сектора подорожей і туризму
7.	Кількість лікарняних ліжок, місць на 10 тис. населення	Захист прав власності
8.	Коефіцієнт паритету купівельної спроможності (по відношенню до ринкового курсу)	Жорсткість регулювання у сфері охорони навколишнього середовища
9.	Концентрація шкідливих проникаючих часток, мг/м ³	Пріоритетність сектора подорожей і туризму в уряді
10.	Частка захищених водних зон (в межах морської виключної економічної зони), %	Ефективність маркетингу для залучення туристів
11.	Щільність банкоматів, які приймають картки VISA, од. на 1 млн. нас.	Індекс складності отримання візи
12.	Наявність основних компаній з оренди автомобілів	Відкритість за двосторонніми авіа угодами
13.		Якість навколишнього середовища
14.		Надійність поліцейських служб



До складових, які сприяють зростанню розвитку ринку туристичних послуг в Україні: якість залізничної інфраструктури, щільність банкоматів, щільність фіксованого та мобільного зв'язку тощо.

До складових, які стримують зростання розвиток ринку туристичних послуг України відносяться: низький захист прав власності, негативний вплив регуляторного середовища на приплив прямих іноземних інвестицій, що обмежують число іноземних компаній на вітчизняному ринку. Відносно високі візові обмеження недостатня відкритість в двосторонніх угодах з авіаперевезень, що обмежують приплив іноземних туристів в країну.

Практична робота 7.

Закономірності функціонування ринку туристичних послуг

Задача 14

У нових ринкових умовах господарювання троє випускників вищого навчального закладу із фаху «менеджер з туризму» вирішили організувати туристичну фірму «Чарівна подорож», що пропонуватиме нові маршрути в напрямку виїзного туризму. Проаналізувавши пропозицію туристичних послуг на ринках України, молоді підприємці вирішили організувати туристські подорожі до Бельгії, де вони проходили виробничу практику і за наслідками якої ознайомилися з туристичними об'єктами цієї країни.

1. Розрахувати обсяг діяльності туристичної фірми «Чарівна подорож» у точці беззбитковості в натуральних і вартісних показниках.

2. Розрахувати обсяг діяльності туристичної фірми «Чарівна подорож» у точці цільового прибутку в натуральних і вартісних показниках.

3. Скласти пояснювальну аналітичну записку. Вихідні дані показані в табл. 22.

Таблиця 22

Вихідні дані

Показники	Значення показників, тис. грн
Цільовий прибуток	52,0
Витрати:	
- постійні,	202,0
- змінні на 1 пугівку.	1,252
Ціна пугівки	4,050



Розв'язок

1. Розрахунок кількості реалізованих турів до Бельгії в точці безбитковості:

$$202000 / (4050 - 1252) = 202000 / 2798 = 72 \text{ тури.}$$

2. Розрахунок обсягу доходу (виручки) підприємства в точці безбитковості: $72 \times 4050 = 291,6$ тис. грн.

3. Розрахунок кількості реалізованих турів до Бельгії в точці цільового прибутку підприємства: $= (202000 + 52000) / (4050 - 1252) = 254000 / 2798 = 91$ тур.

4. Розрахунок обсягу доходу (виручки) підприємства в точці цільового прибутку $91 \times 4050 = 368,6$ тис. грн.

Висновки

Новоутворене туристичне підприємство «Чарівна подорож» зможе досягти безбиткової діяльності в разі реалізації 72 турів до Бельгії за ціною 4050 грн. на суму 291,6 тис. грн. Отримання цільового прибутку в розмірі 52 тис. грн. є можливим у разі продажу 91 туру, що становитиме 368,6 тис. грн.

Задача 15

Тризірковий готель, розташований у зручному (з точки зору транспортної доступності) місці великого промислового міста. Готуючись до сертифікації готельних послуг, підприємство здійснило плановий поточний та капітальний ремонт частини номерного фонду з метою його перепланування. Крім ремонтних робіт, інші причини обумовили зниження коефіцієнта завантаження номерного фонду порівняно із запланованим, що негативно вплинуло на виконання показників виробничо-експлуатаційної програми готелю.

1. Визначити можливу пропускну спроможність готелю.

2. Визначити час простою номерного фонду (людино-діб) із різних

причин (капітального ремонту; поточного ремонту; санітарної обробки номерів; інших)

3. Визначити пропускну спроможність готелю.

4. Визначити планову пропускну спроможність готелю.

5. Визначити коефіцієнт завантаження готелю в звітному році.

6. Скласти пояснювальну аналітичну записку, в якій надати оцінку фактичному використанню пропускну спроможності готелю

**Вихідні дані:**

Кількість номерів – 40, у тому числі: президентські апартаменти – 6, апартаменти – 8, «люкс» – 16, «напівлюкс» – 10. Першої категорії: однокімнатні одномісні – 90, однокімнатні двомісні – 50.

Кількість номерів у капітальному ремонті, всього – 10, у тому числі «напівлюкс» – 10.

Кількість номерів у поточному профілактичному ремонті, всього – 44, у тому числі: «люкс» – 2, однокімнатні одномісні – 32, однокімнатні двомісні – 10.

Тривалість поточного ремонту – 6 днів, середній час санітарної обробки і підготовки номеру до заселення – 1,8 години.

Фактично надано за рік 76860 людино-днів. Середня тривалість перебування гостя – 6 днів.

Розв'язок

Розрахунок одноразової місткості готелю:

$$O_m = 90 \cdot 1 + 50 \cdot 2 + 6 + 8 + 16 + 10 = 270 \text{ (місць)}.$$

Обчислення можливої пропускної спроможності готелю:

$$PC_M = 270 \times 365 = 98550 \text{ (людино-днів)}.$$

Визначення кількості обслужених гостей готелю: $K_r = 76860 / 6 = 12810$ (осіб).

Розрахунок кількості місце-днів простою номерного фонду із-за проведення реконструкції та капітального ремонту приміщень $K_p = 10 \cdot 2 \cdot 365 = 7300$ (людино-днів); поточного ремонту: $K_{п.р.} = (2 \cdot 2 + 32 + 10 \cdot 2) \cdot 6 = 336$ (людино-днів); санітарної обробки та підготовки номерів до заселення гостей: $K_{с.о.} = (1,8 \cdot 12810) / 24 = 961$ (людино-днів).

Усього простоїв: $7300 + 336 + 961 = 8597$ (людино-днів).

Визначення пропускної спроможності (ПС) готелю:

$$PC = 98550 - 7300 = 91250 \text{ (людино-днів)}.$$

Розрахунок планової пропускної спроможності:

$$PC_{пл} = 91250 - 336 - 961 = 89953 \text{ (людино-днів)}.$$

Обчислення коефіцієнтів завантаження готелю:

$$\text{планового} - K_{з\text{ пл}} = 89953 / 91250 = 0,986, \text{ або } 98,6 (\%);$$

$$\text{фактичного} - K_{з\text{ ф}} = 76860 / 91250 = 0,842, \text{ або } 84,2 (\%).$$

Висновки



Одноразова місткість тризіркового готелю «Гостинний двір», тобто кількість місць, яку може надати підприємство одночасно, становила 270 місць; можлива пропускна спроможність з урахуванням цілорічної роботи готелю без простоїв - 98550 людино-діб. У зв'язку з капітальним ремонтом простої номерного фонду склали 7300 людино-діб; простої, пов'язані з поточним профілактичним ремонтом номерів, - 336 людино-діб, а за причини санітарної обробки та підготовки номерів для заселення - 961 людино-добу. В результаті пропускна спроможність готелю склала 91250 людино-діб, а планова - 89953 людино-добу.

Оскільки за звітний період фактично надано послуг 76860 людино-діб, простої з інших причин (зменшення попиту на послуги гостинності в передсвяткові дні, несезонні періоди, інше) становили $89953 - 76860 = 13093$ людино-добу.

Таким чином, за причин простоїв рівень завантаження номерного фонду готелю «Гостинний двір» за звітний період склав 84,2%, що є менше запланованого на 14,4 відсоткових пункта (98,6%). Це потребує вдосконалення роботи маркетингового відділу щодо розширення цільового сегменту ринку та збільшення обсягів надання готельних послуг.

Задача 16

1. Розрахувати товарооборот закладу ресторанного господарства готельного комплексу «Братислава» на плановий рік у точках: беззбитковості діяльності закладу; цільового прибутку в розмірі 2000 грош. од.

Визначити розмір зростання обсягу товарообороту у плановому році порівняно зі звітним в абсолютних і відносних показниках, у тому числі за окремими складовими частинами. У розрахунках прийняти планові рівні витрат та комерційного доходу на рівні звітного року, передбачити підвищення частки товарообороту для відвідувачів зі сторони до 70%. Зробити висновки.

Розв'язок

1) Розрахунок товарообороту закладу ресторанного господарства в готельному комплексі в звітному році:

– від реалізації комплексних сніданків і обідів для мешканців готелю:



$$TO_{зв.к.с.} = \frac{160220 \cdot 40}{100} = 64088 \text{ грошод.}$$

– від реалізації продукції закладу ресторанного господарства для інших відвідувачів зі сторони у вечірні години:

$$TO_{зв.ін} = \frac{160220 \cdot 60}{100} = 96132 \text{ грошод.}$$

2) Визначення товарообороту, що забезпечить беззбиткову діяльність закладу ресторанного господарства:

$$TO_{б.} = \frac{10000}{40 - 33} \cdot 100 = 142857 \text{ грошод.}$$

3) Розрахунок товарообороту, що забезпечить отримання цільового прибутку ресторану:

$$TO_{ціль} = \frac{10000 + 2000}{40 - 33} \cdot 100 = 171429 \text{ грошод.}$$

4) Визначення складу планового товарообороту закладу ресторанного господарства готелю:

– від реалізації комплексних сніданків і обідів:

$$TO_{пл.к.с.} = \frac{171429 \cdot 30}{100} = 51428,7 \text{ грошод.}$$

– від реалізації продукції закладу ресторанного господарства для інших відвідувачів зі сторони у вечірні години:

$$TO_{зв.ін} = \frac{171429 \cdot 70}{100} = 120000,3 \text{ грошод.}$$

5) Визначення темпів зміни товарообороту у плановому році порівняно зі звітним в абсолютних і відносних показниках:

абсолютне відхилення

– валового товарообороту:

$$\Delta TO = 171429 - 160220 = 11209 \text{ грошод.}$$

– товарообороту від реалізації комплексних сніданків і обідів:

$$\Delta TO_{к.с.} = 51428,7 - 64088 = -12659,3 \text{ грошод.}$$

– від реалізації продукції закладу ресторанного господарства для відвідувачів зі сторони у вечірні години:

$$\Delta TO_{ін} = 120000,3 - 96132 = 23868,3 \text{ грошод.}$$

відносне відхилення

– валового товарообороту:



$$\Delta TO = \frac{11209}{160220} \cdot 100 = 7,0\%$$

- товарообороту від реалізації комплексних сніданків і обідів:

$$\Delta TO_{к.с.} = \frac{12659,3}{64088} \cdot 100 = 19,75\%$$

- від реалізації продукції закладу ресторанного господарства для відвідувачів зі сторони у вечірні години:

$$\Delta TO_{in} = \frac{23868,3}{96132} \cdot 100 = 24,8\%$$

- 6) Визначення розміру порогу безпечності та запасу фінансової стійкості в плановому році:

$$ПБ_{TO} = 171429 - 142857 = 28572 \text{ грошод.}$$

$$ЗФС_{TO} = \frac{171429 - 142857}{142857} = 0,2 \text{ грошод. / грошод.}$$

- 7) Побудова графіка обсягу товарообороту в точці безбиткової діяльності та мінімальної рентабельності підприємства ресторанного господарства при готельному комплексі.

Розрахунок абсолютних значень основних показників господарської діяльності закладу ресторанного господарства в критичних точках.

У точці безбиткової діяльності:

- обсяг комерційного доходу від торговельної діяльності:

$$КД_{ТБ} = \frac{142857}{100} \cdot 40 = 57142,8 \text{ грошод.}$$

- обсяг змінних витрат:

$$ЗВ_{ТБ} = \frac{142857}{100} \cdot 33 = 47142,8 \text{ грошод.}$$

У точці цільового прибутку:

- обсяг комерційного доходу від торговельної діяльності:

$$КД_{цп} = \frac{171429}{100} \cdot 40 = 68571,6 \text{ грошод.}$$

- обсяг змінних витрат:

$$ЗВ_{цп} = \frac{171429}{100} \cdot 33 = 5671,6 \text{ грошод.}$$

**Висновки**

Для досягнення економічної стратегії діяльності закладу ресторанного господарства при готельному комплексі «Братислава» обсяг цільового товарообороту на плановий рік повинен складати 171429 грн. од., що дозволить забезпечити отримання цільового прибутку в розмірі 2000 грн. од. за рік. Самоокупність закладу досягатиметься в точці безбиткової діяльності, обсяг товарообороту в якій становитиме 142857 грн. од.

В результаті поріг безпечності діяльності закладу становитиме 28572 грн. од., а запас фінансової стійкості – 20%. Порівняно зі звітним роком товарооборот зросте на 11209 грн. од, або на 7%. Крім того, відбудуться структурні зміни в складі валового товарообороту – питома вага товарообороту завдяки реалізації продукції закладу ресторанного господарства для відвідувачів зі сторони у вечірні години зросте від 60% до 70%. В результаті обсяг цієї частини товарообороту в плановому році становитиме 120000,3 грн. од., що більше (в порівнянні зі звітним роком) на 23868,3 грн. од., або на 24,8%. При цьому, товарооборот від реалізації комплексних сніданків і обідів для мешканців готелю зросте на 12659,3 грн. од., або на 19,75%, хоча його питома вага в загальному обсязі товарообороту зменшиться від 40% до 30%.

Задача 17

Для організації фірми-туроператора було витрачено: для створення статутного фонду – 30 000 євро (курс 6,5 грн.); на реєстрацію, ліцензію, відкриття – 130 000 грн.

Фірма за рік планує організувати й реалізувати 15 групових (на 20 чоловік) турів за кордон і 60 індивідуальних турів по Україні.

Виробнича собівартість закордонного тура становить 21 000 у.од. (курс 5,3 грн.), у т.ч. витрати на розробку й реалізацію тура – 3 150 у.од.

Прибуток від реалізації тура за кордон становить 18 % від ціни «нетто».

Виробнича собівартість тура по Україні становить 950 грн., в т.ч. витрати на його розробку й реалізацію - 200 грн.

Прибуток від реалізації тура по Україні становить 20 % від ціни «нетто».

Розрахувати:

- виторг від реалізації турів за рік, в т.ч. від реалізації турів за



- маржинальний дохід турфірми, в т.ч. від реалізації турів за кордон і по Україні;
- загальний річний прибуток турфірми, в т.ч. від реалізації турів за кордон і по Україні;
- рентабельність турів за кордон і по Україні;
- строк окупності й ефективність авансованого капіталу за умови, що податок на прибуток становить 25 %.

Розв'язок

Закордонний тур:

Ціна «нетто» = виробнича собівартість – умовно-постійні витрати = 21 000 – 3 150 = 17 850 у.о.

Прибуток = 18% від ціни нетто = $17\,850 \cdot 0,18 = 3\,213$ у.о.

Маржинальний дохід = Умовно-постійні витрати + Прибуток = 3 150 + 3 213 = 6 363 у.о.

ПДВ = 20% від маржинального доходу = $6\,363 \cdot 0,2 = 1\,272,6$ у.о.

Ціна «брутто» = $17\,850 + 6\,363 + 1\,272,6 = 25\,485,6$ у.е. або 135 073,68 грн.

Виторг від реалізації 15 турів = $15 \cdot 135\,073,68 = 2\,026\,105,2$ грн.

Маржинальний дохід від реалізації 15 турів = $6\,363 \cdot 15 \cdot 5,3 = 505\,858,5$ грн.

Прибуток від реалізації 15 турів = $3\,213 \cdot 15 \cdot 5,3 = 255\,433,5$ грн.

Рентабельність тура за кордон = $\text{Прибуток} / \text{Повна собівартість} = 3\,213 \cdot 100 / 21\,000 = 0,153$ або 15 %.

Тур по Україні:

Ціна «нетто» = виробнича собівартість - умовно-постійні витрати = 950 - 200 = 750 грн.

Прибуток = 20 % від ціни нетто = $750 \cdot 0,2 = 150$ грн.

Маржинальний дохід = Умовно-постійні витрати + Прибуток = 200 + 150 = 350 грн.

Ціна брутто із ПДВ = $(950 + 150) \cdot 1,2 = 1\,320$ грн.

Виторг від реалізації 60 турів = $60 \cdot 1\,320 = 79\,200$ грн.

Маржинальний дохід від реалізації 60 турів = $350 \cdot 60 = 21\,000$ грн.

Прибуток від реалізації 60 турів = $150 \cdot 60 = 9\,000$ грн.

Рентабельність тура по Україні = $\text{Прибуток} / \text{Повна собівартість} = 150 / 950 = 0,157$ або 16 %.

Загальні показники роботи турфірми за рік:

Виторг від реалізації = $2\,026\,105,2 + 79\,200 = 2\,105\,305,2$ грн.

Прибуток = $255\,433,5 + 9\,000 = 264\,433,5$ грн.



Національний університет

Податок на прибуток = $264433,5 * 0,25 = 66108,38$ грн.

Чистий прибуток = $264433,5 - 66108,38 = 198325,12$ грн.

Строк окупності авансованого капіталу = Сума авансованого капіталу/Чистий прибуток = $(30\,000 * 6,5 + 130\,000) / 198325,12 = 325\,000 / 198325,12 = 1,64$ роки або 20 місяців



Національний університет
водного господарства
та природокористування